ओटीटी माध्यम में प्रयुक्त भाषा के सामाजिक प्रभाव का अध्ययन:

हिन्दी व उत्तर प्रदेश की आंचलिक भाषाओं के विशेष संदर्भ में

<u>शोध प्रस्ताव</u>

IIMT UNIVERSITY
MEERUT

शोध निर्देशक — **प्रो. नरेंद्र कुमार मिश्रा**

शोधार्थी — **सचिन गोस्वामी**

स्कूल ऑफ मीडिया, फिल्म एंड टेलीविजन स्टडीज

आईआईएमटी विश्वविद्यालय, मेरठ, 2022

परिचय, प्रस्तावित शोध का महत्व और उद्देश्य

21 वीं सदी तकनीकी सदी है। जिसमें चिकित्सा, शिक्षा व संचार के क्षेत्र में अभूतपूर्व विकास हुआ है वहीं मनोंरजन के क्षेत्र को भी तकनीकि क्रांति ने खासा प्रभावित किया है। आज के दौर में सब कुछ डिजिटल होने के चलते व्यक्ति का रहन-सहन, काम करने का तरीका, पढाई लिखाई आदि सभी के तरीके बदल चुके हैं। हमारा आज, हमारे कल से बिल्कुल अलग है और हमारा कल हमारे आज से भिन्न होगा। जब सब कुछ बदला तो मनोरंजन के क्षेत्र में भी बदलाव आना लाज़मी था। समय और तकनीक के साथ-साथ सिनेमा भी बदला और सिनेमा देखने का नज़रिया भी। मनोरंजन भी डिजिटलाईज हूआ और ओटीटी ने सिनेमा के बदलते स्वरुप के तौर पर दर्शकों के टी.वी., उनके स्मार्ट फोन, उनके घर, यहां तक की उनके दिल-दिमाग में भी अपनी जगह और पकड़ दोनों बना ली। वैश्विक महामारी कोविड-19 के प्रकोप की वजह से लॉकडाउन के समय जब फिल्मों को थिएटर बॉक्स ऑफिस में रिलीज करने में समस्याएं हो रही थी, तब ऐसे समय में **ओटीटी माध्यम** बेहद कारगर सिद्ध हूआ। यही नहीं मनोरंजन के क्षेत्र में इस नवीन व डिजिटल तकनीक का महत्व काफ़ी बढ़ गया है।

क्या है ओटीटी- पिछले दो वर्षों में शायद ही कोई ऐसा होगा जिसके ज़ुबां पर ये शब्द नहीं आया होगा। बच्चें हो या वृद्ध समाज के हर वर्ग के दिल और दिमाग में ओटीटी प्लेटफार्म ने अपनी जगह बनाई है। अब दर्शक मनोरंजन के लिए निश्चित समय पर निर्भर नहीं है। आप जब चाहें बस अपना फोन उठाते हैं और मन के मुताबिक वेब सीरीज़, शो और फिल्म अपनी उपलब्धता के अनुसार देख सकते हैं। ये बात तो माननी पड़ेगी कि ओटीटी ने हमारे लिए मनोरंजन का रास्ता आसान कर दिया है।

ओटीटी की फ़ुल फॉर्म होती है 'ओवर द टॉप' । यानि की एक ऐसा प्लेटफॉर्म जो कुछ अन्य एपलिकेशन की मदद से आपके फोन पर ही आपको तमाम तरह की फिल्में, सीरीज़ और शो यानि पूर्ण मनोरंजन प्रदान करता है। ओटीटी प्लेटफार्म पर आपको रोमांटिक, थ्रिलर, एक्शन से लेकर तमाम तरह का कंटेंट मिल जाते हैं। कुछ ओटीटी प्लेटफॉर्म्स ऐसे होते हैं जिनपर कंटेंट देखने के लिए आपको भुगतान करना पड़ता है, तो कुछ ऐसे भी हैं जहां आपको फ्री में कंटेंट मिलता है। ओटीटी प्लेटफार्म पर फिल्म, वेब-सीरीज या शो देखने के लिए आपको बस पास इंटरनेट प्लॉन उपलब्ध होना चाहिए।

भारत में ओटीटी- भारत में सर्वप्रथम ओटीटी (ओवर द टॉप) प्लेटफॉर्म का प्रांरभ वर्ष 2008 में हूआ था, रिलायंस एंटरटेनमेंट ने भारत में सबसे पहला ओटीटी प्लेटफॉर्म बिगफ्लिक्स नाम से शुरू किया। इसके बाद 2010 में डिगिवॉइव (DIGIVIVE) द्वारा देश का पहला ओटीटी मोबाईव एप - नेक्सजी टीवी (NEXG TV) का लॉंच किया गया, जिसे टीवी और वीडियो ऑन डिमांड दोनों प्रारुपों में प्रस्तुत किया गया। नेक्सजी टीवी का पहला लाईव स्ट्रीमिंग- इंडीयन प्रीमियर लीग 2013-2014 में स्मार्टफोन पर उपलब्ध कराया गया। ओटीटी प्लोटफॉर्म में असली मोड़ तब आया जब भारत के दो बड़े ओटीटी -डिट्टो

टीवी (DITTO TV) **(ZEE)** और सोनी लिव को 2013 में भारतीय बाजार में उतारा गया। जिसमे स्टार, वायो-कॉम, जी इत्यादि सभी के मीडिया चैनल Ditto TV में दिखाया जाते थे। परंतु सिनेमा प्रेमियों के बीच जगह बनाने में ओटीटी प्लेटफार्म को लगभग एक दशक का समय लगा। ओटीटी प्लेटफार्म के एक तथ्य यह भी है कि भारत में वैश्विक महामारी कोरोना के समय से ओटीटी प्लेटफॉर्म का चलन बढ़ा है। मीडिया रिपोर्ट्स के अनुसार वर्तमान समय में भारत अमेरिका के बाद ओटीटी प्लेटफॉर्म के लिए दूसरा सबसे बड़ा बाजार है। वहीं रिजर्व बैंक साउथ अफ्रीका की रिपोर्ट के अनुसार, वर्ष 2030 में ओटीटी प्लेटफॉर्म्स का दबदबा और भी मजबूत हो जाएगा। लोकप्रिय ओटीटी प्लेटफॉर्म्स के अलावा स्थानीय प्लेटफॉर्म्स भी अपना स्थान बनाएंगे। आज भारतीय बाजार में 40 के करीब ओटीटी मीडिया सर्विसेज जिनका इंटरनेट के माध्यम से स्ट्रीमिंग, मीडिया डिस्ट्रिब्यूशन किया जाता है। वर्तमान में भारतीय ओटीटी की नेटवर्थ करीब 6450 करोड़ है।

भारत में उपलब्ध व प्रचलित प्रमुख ओटीटी प्लेटफॉर्म निम्नलिखित हैं-

1. **BIG FLIX-** यह रिलायंस एंटरटेंमेंट द्वारा संचालित movies training service है। यह एक साथ पांच डिवाईस पर पांच उपयोगकर्ता प्रोफाइल और HD गुणवत्ता स्ट्रीमिंग प्रदान करती है। **BIG FLIX** ने होम वीडियो मार्केट के कारण डिजिटल प्लेटफार्म पर मुफ्त में सेवा देने का निर्णय लिया है।
2. **ZEE 5-** जी एंटरटेंमेंट इंटरप्राईजेज लिमिटेड ने ZEE 5 नाम से अपना खुद का ओटीटी वीडियो प्लेटफॉर्म्स लांच किया है। जो भारत व अन्य देशों में 12 भाषाओं से अधिक भाषाओं में टीवी कार्यक्रम, संगीत कार्यक्रम, वेब सीरीज, लाईव शो और हेल्थ और जीवनशैली से सम्बधित मनोरंजन सामाग्री दर्शको तक पँहुचाता है।
3. **Hotstar-** भारतीय बाजार में हॉटस्टार बहुत अच्छी पकड़ बनाये हुए है। इसके 500 मिलियन से भी ज्यादा मासिक उपभोक्ता है। यह मुख्यतः लाईव स्पोटर्स फीड और GAME OF THRONES जैसे लोकप्रिय शो के लिए प्रसिद्ध है। यह बिना सब्सक्रीप्शन के भी कुछ कंटेट उपलब्ध कराता है।
4. **Netflix-** यह दुनिया का सबसे लोकप्रिय वीडियो स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म है। इसे भारत में 2016 में शुरु किया गया था। कंटेंट के मामले में नेटफ्लिक्स दर्शकों को काफी पसंद आता है। इसकी अंग्रेजी वेब सीरीज मनी हाईस्ट एवं हिन्दी वेब सीरीज सेक्रेड गेम्स लोकप्रियता के मानकों को तोड़ चुकी हैं।
5. **Sony Liv-** सोनी ने 2013 में अपनी स्वयं की ओटीटी सेवा प्रारम्भ की और स्ट्रीमिंग की दुनिया में कदम रखा। जोकि अपने अनोखे कंटेट के जरिए दर्शकों के मन में अपनी अलग जगह बनायें हुए है।
6. **Voot-** यह Viacom 18 का उपक्रम है। जिस पर Colours, MTV, Nickelodeon, Viacom 18, Motion Pictures आदि टीवी चैनल्स के कंटेट भी उपलब्ध है। Voot पर बिना किसी **premium pay** के कुछ प्रतिबंधों के साथ कार्यक्रम उपलब्ध है। अब तक या

32 मिलियन एक्टिव यूजर्स को खुद से जोड़ने में सफल रहा है। एक यूजर हर रोज औसतन 50 मिनट इस प्लेटफॉर्म पर खर्च करता हैं।

7. **Amazon Prime-** यह Netflix के बाद सबसे तेजी से उभरता हुआ ऑनलाइन ओटीटी प्लेटफॉर्म है। यह भारतीय कंटेट को क्षेत्रीय भाषा के साथ प्रस्तुत करता है। जनवरी, 2020 में Amazon के CEO - Jef Bezos ने भारत में Amazon Prime Video में निवेश की घोषणा की। Amazon न केवल अंग्रेजी बल्कि हिंदी भाषा के साथ-साथ क्षेत्रीय भाषा की वीडियो स्ट्रीमिंग भी उपलब्ध कराता है।
8. **Jio Cinema-** जिओ सिनेमा रिलांयस इंडस्ट्री का उपक्रम है। यह एक बड़ा ओटीटी प्लेटफॉर्म बनके उभरा है जो फ्री सब्सक्रिप्शन प्रदान करता है।
9. **ALT Balaji-** यह एक प्रसिद्ध ओटीटी प्लेटफॉर्म है, जो Adult Web Series के कारण आये दिन चर्चा में रहता है। इस पर हिंदी, बंगाली, तमिल, तेलुगु, गुजरती, मराठी आदि भाषा में कंटेट उपलब्ध है।

ओटीटी प्लेटफॉर्म तीन तरह से काम करते हैं। TVOD- **Transactional Video On Demand**, SVOD- **Subscription Video On Demand** और AVOD-**Advertising Video On Demand**। टीवीओडी यानी जब यूज़र किसी प्लेटफॉर्म से कुछ डाउनलोड करता है तो उसे इसके लिए पैसे देने पड़ते हैं। हर बार डाउनलोड करने पर पैसे देने होते हैं यानी ट्रांजेक्शन होता है। फिर आता है एसवीओडी, इसमें यूजर एक महीने या कुछ दिन के लिए एक बार (प्लान के मुताबिक) पैसे देता है और महीनेभर तक जी भर के अपना पसंदीदा कंटेंट देखता है। एवीओडी, इसमें यूजर को कोई चार्ज तो नहीं देना पड़ता पर कंटेंट देखने के दौरान बीच में कई बार एड्स आते हैं जिन्हें आप स्किप भी नहीं कर पाते। इन एड्स के लिए भी ओटीटी प्लेटफॉर्म्स को पैसे दिए जाते हैं। इन विज्ञापनों के ज़रिए ओटीटी प्लेटफॉर्म्स की तगड़ी कमाई होती है। तो इस तरह ओटीटी प्लेटफॉर्म्स अपनी कमाई करते हैं।

भारत में अपनी एक दशक से ज्यादा वर्षों की यात्रा पूर्ण कर चुके ओटीटी प्लेटफॉर्म्स अब मनोरंजन का पूर्णकालिक माध्यम बन चुके हैं। इनकी लोकप्रियता दर्शको के हर वर्ग में देखी जा सकती है। जिसका मुख्य आधार है ओटीटी पर मौजूद मनोरंजन के बेहतर विकल्प एवं अद्वितीय मनोरंजन सामग्री। पिछले 3 वर्षों में, मुख्यत कोविड काल में ओटीटी ने हर दर्शकों को आकर्षित करने के लिए हर संभव प्रयत्न किये है वो चाहे कहानी हो, विषय वस्तु हो, अभिनय हो, अभिनेता हो या भाषा हो। 3 घंटे के सिनेमा को ओटीटी 90-100 मिनट से लेकर कई भागों में विभाजित वेबसीरीज के स्वरुप में लाकर समय सीमा को पुनर्परिभाषित किया।

शोध समस्या-

भारतीय इतिहास का दृष्टिपात करने पर ज्ञात होता है कि भारत में मनोरंजन के साधन सदैव हमारी ऐतिहासिक, सांस्कृतिक एवं धार्मिक विचारों को पीढ़ी दर पीढ़ी बढाने का कार्य करते आये है। वो चाहे लोकगीत हो, स्वांग हो, रामलीला मंचन हो, नुक्कड़ नाटक हो या चकाचौंध से भरा सिनेमा ही क्यों न हो। हालांकि पिछले दो दशकों में आधुनिक सिनेमा पश्चिमी सभ्यता से प्रभावित दिखायी पड़ता है परंतु फिर भी भारतीय दर्शको की पृष्ठभूमि कहें या सेंसर बोर्ड के प्रतिबंधों ने उसे सीमा में रखने का कार्य किया है।

ओटीटी में सबसे ज्यादा भाषा पर काम किया गया है। यदि सामाजिक अध्ययन किया जाये तो पिछले कुछ समय में हिन्दी पट्टी में भी शुद्ध हिन्दी की स्थान हिंग्लिश ने लिया। मध्यम वर्ग की पढ़ाई की भाषा हिंदी से अंग्रेजी को वरीयता दी जाने लगी। इससे हिंदी की जगह दूसरी भारतीय भाषाओं की खास जगह में इजाफा हूआ है। उदाहरण के तौर पर पंजाबी गानों के ट्रेंड में हिन्दी पट्टी में भी सामान्य बोलचाल में टूटी फूटी पंजाबी का प्रयोग होना। लेकिन वर्तमान समय में हिन्दी के साथ-साथ स्थानीय व आंचलिक भाषाओं पर काम हूआ है। इस प्रयोग ने न केवल हिन्दी भाषी क्षेत्र के दर्शको को ओटीटी से जोड़ा है अपितु अन्य भाषायी क्षेत्र के दर्शक भी इन्हें पसंद कर रहे है। ओटीटी के बढ़ते प्रचलन ने न केवल हिन्दी भाषा को प्रभावित किया है अपितु इसका प्रभाव आंचलिक भाषाओं पर भी स्पष्ट रुप से देखा जा सकता है। इस माध्यम के आने से सुदूर आंचलिक क्षेत्रों की शब्दावली, लोकोक्तियों व मुहावरों का संवाद व पटकथा में खुलकर प्रयोग हो रहा है। इसके साथ ही संवादों की अदायगी में आंचलिकता का पुट दर्शकों को अपनी और खींचनें में सफल रहा है परिणाम स्वरुप आंचलिक भाषाओं ने लोगों की आम बोलचाल की भाषा में अपनी जगह बना ली है।

निश्चित ही ओटीटी मनोरंजन का नवीन एवं प्रभावी साधन है। ओटीटी का प्रभाव 18 वर्ष से 24 वर्ष के दर्शकों पर अत्याधिक है। आज एक विशाल दर्शक वर्ग ओटीटी प्लेटफॉर्म पसंद करता है, जिसपर वेब सीरीज का प्रचलन तेजी से बढ़ा है। वेब सीरीज़ अलग तरह से व्यवहार करती है, जो समाज के मुद्दे तो उठाती है लेकिन उसमें अश्लील शब्दों का प्रयोग, आपत्तिजनक कंटेंट आदि भी निहित हैं, जो कि एक गंभीर मुद्दा है। ओटीटी फिक्शन में अंग्रेजी भाषा का रुतबा घटा है। साथ ही हिन्दी समेत आंचलिक भाषाओं का प्रयोग बड़ा है। ओटीटी के फिक्शन शोज में देशज भाषा के कुछ उदाहरण दिए जाएं तो 'पाताल लोक', 'खाकी', 'महारानी', 'पंचायत', 'मिर्जापुर' उत्तर प्रदेश, बुंदेलखंड की आंचलिक भाषाओं, लोकोक्तियों व मुहावरों का प्रयोग किया है।ये सब राजनीतिक या अपराध की कथाएं हैं। जिनमें भाषा से ज्यादा स्थानीय गाली-गलौच, अशुद्ध शब्दावली को अधिक इस्तेमाल किया गया है। जो कि क्षेत्र विशेष की छवि को भाषायी आधार पर धूमिल

करता है। ओटीटी के फिक्शन शोज में लड़कियों और लड़कों की भाषा में भी अंतर खत्म होता दिखाई दे रहा है।

कुछ वेब सीरीज में भाषाओं के प्रयोग में शोध की कमी भी नजर आती है। जिनमें कहानी की पृष्ठभूमि, क्षेत्र, संस्कृति व भाषा को पूरी तरह नकारकर लोकप्रियता के आधार पर प्रयोग किया गया है।

विषय चयन-

आज के डिजिटल युग में ओटीटी प्लेटफॉर्म मनोरंजन के क्षेत्र में सिनेमा का नवीन विकल्प बन कर उभरा है। यह कहना अतिश्योक्ति न होगा कि ओटीटी नये दौर का सिनेमा है जो काफी लंबे समय तक चलेगा। ओटीटी की विपणन रणनीति पर ध्यान केंद्रित किया जाये तो इसकी लोकप्रियता में भाषा का विशेष योगदान रहा है। प्रत्येक ओटीटी सेवा प्रदाता का यह प्रयास है कि वो अधिक से अधिक भाषाओं में कंटेट उपलब्ध करा सके। इसके लिए टाइटल व सब-टाइटल की सेवा भी रखी गयी है। इसके इतर हिन्दी व आंचलिक भाषाओं की तड़का शहरी व ग्रामीण पृष्ठभूमि दोनों तरह की फिल्मों में लगा कर दर्शकों को परोसा जा रहा है। ऐसे में भाषा के भाव और मर्यादा दोनों के साथ ही खिलवाड़ किया जा रहा है। जिसके सामाजिक प्रभावों का अध्ययन आवश्यक है।

विषय का महत्व एवं स्पष्टीकरण-

पहले दर्शकों के पास सिनेमा तक पहूंचने का एकमात्र रास्ता सिनेमाघर ही था, लेकिन इंटरनेट की लोकप्रियता के साथ, आज सिनेमा के अलावा ओटीटी पर फिल्म, वेबसीरीज देखना आसान हो गया। इंटरनेट और मोबाइल फोन के आगमन के साथ, अब हम अपने मोबाइल स्क्रीन पर वेबसीरीज तक पहूँच प्राप्त कर सकते हैं, जिससे दर्शकों की संख्या भी बढ़ी है। आज हम वेबसीरीज में दिखाई गई घटनाओं को देखते हैं, स्वाभाविक है कि स्वयं को उनसे जोड़ते भी हैं जोकि हमारे मन, विचार प्रक्रिया और व्यक्तिव को भी प्रभावित करती है। ओटीटी प्लेटफॉर्म्स में दिखाए जा रहे ज्यादातर कंटेंट जैसे की नग्नता, सेक्सुएल्टी, गाली-गलौज, अपराध, अवैध संबंधों पर आधारित कहानियां आदि एक बड़े जनमानस, ख़ास तौर पर युवाओं पर असर डाल रहे हैं और उनके मनमस्तिष्क को बदल - गये कंटेंट रहे हैं। कहीं कहीं युवा आज आभाषी प्लेटफ़ॉर्म पर देखें तथा उसमें प्रयोग की गयी भाषा को वास्तविक जीवन में महसूस करने और लागू करने की कोशिश करता है। दूसरी तरफ़ दर्शक वेबसीरीज में शामिल इस तरह के कंटेंट का अपने परिवेश से कहीं न कहीं तुलना करता है, जिसका सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक प्रभाव समाज में देखने को मिलता है, जो प्रायः नकारात्मक ही देखने को मिलता है।

शोध शीर्षक-

प्रस्तावित शोध का शीर्षक **“ओवर द टॉप (OTT) माध्यम में प्रयुक्त भाषा के सामाजिक प्रभाव का अध्ययन: हिन्दी व उत्तर प्रदेश की आंचलिक भाषाओं के विशेष संदर्भ में”**

प्रस्तावित शोध कार्य एवं पूर्व में किए गये शोध कार्य के अंतराल का आंकलन-

अपनी शोध समस्या निर्धारण के दौरान मुझे ज्ञात हुआ है कि प्रस्तावित विषय पर अभी किसी भी शोधार्थी ने कोई समग्र अध्ययन प्रस्तुत नहीं किया है। यह विषय अभी तक शोधार्थीयों की दृष्टि से अछूता ही रहा है। जहां तक मुझे जानकारी है प्रस्तुत विषय पर किसी भी विश्वविद्यालय में अनुसंधान नहीं हुआ है। ओटीटी के संबध में विविध पक्षों पर विविध पुस्तकें, आलेख, अभिभाषण, वक्तव्य और समीक्षा सामाग्री उपलब्ध है तथापि इसपर कोई शोध कार्य नहीं हुआ है। इसी को ध्यान में रखते हुए शोधार्थी ने इस विषय का चयन किया है। शोध की कसौटी पर प्रस्तुत विषय मौलिक तथा नवीन है। ऐसे में प्रस्तावित शोध से ऐसे तथ्य तथा नवीन बिन्दु उभर कर आएंगे जो अभी तक प्रकट नहीं हुए हैं। प्रस्तावित शोध, उपस्थित शोध अंतराल की प्रतिपूर्ति करने में सफल होगा।

शोध अध्ययन का उद्देश्य -

1. इस शोध के माध्यम से शोधार्थी ओटीटी माध्यम से भाषा पर पड़ने वाले प्रभाव का समग्र अध्ययन करेगा।

2. इस शोध में ओटीटी माध्यम में आंचलिक भाषाओं को लेकर हो रहे प्रयोगों का अध्ययन किया जायेगा।

3. इस शोध में शोधार्थी द्वारा ओटीटी माध्यम में हिन्दी व उत्तर प्रदेश की आंचलिक भाषाओं के नवीन स्वरुप का प्रयोग एवं समाज पर उसके प्रभाव का अध्ययन किया जायेगा।

4. इस शोध में संबधित साहित्य का गुणात्मक अध्ययन किया जायेगा।

5. इस शोध के माध्यम से ओटीटी माध्यम में प्रयुक्त की जा रही भाषा के सकारात्मक एवं नकारात्मक प्रभाव का मूल्यांकन किया जायेगा।

6. इस शोध के द्वारा ओटीटी माध्यम में भाषायी अनुसंधान की अनुपस्थिती को रेखांकित कर उनके समाधान तलाशा जायेगा।

शोध परिकल्पना -

ओटीटी के बढ़ते प्रचलन ने न केवल हिन्दी भाषा को प्रभावित किया है अपितु इसका प्रभाव आंचलिक भाषाओं पर भी स्पष्ट रुप से देखा जा सकता है। इस माध्यम के आने से सुदूर आंचलिक क्षेत्रों की शब्दावली, लोकोक्तियों व मुहावरों का संवाद व पटकथा में खुलकर प्रयोग हो रहा है। भारतीय सिनेमा जिस भाषाशैली, जिन शब्दावली, उपमाओं आदि के प्रयोग से वर्षो तक बचता रहा ओटीटी ने अपने कंटेट में बेधड़क उनका इस्तेमाल किया है। उदाहरण के तौर पर वर्ष 2003 में आयी बॉलीवुड फिल्म गंगाजल में एक विशेष पृष्ठभूमि को फिल्माया गया है। फिल्म में एक शब्द “मादरजात” का प्रयोग काफी बार किया गया जोकि उत्तर भारत की एक गाली का प्रतिकात्मक स्वरुप था। परन्तु ओटीटी कंटेट में ठीक इसके विपरीत है। यह भी कहा जा सकता है कि जिस वेब कंटेट में जितनी गाली गलौच होती है वह उतनी ही लोकप्रिय और हिट होती है।

इसके अलावा ओटीटी में हिन्दी पट्टी में अपनी पकड़ बनाने के लिए भाषा पर बहुत काम किया गया है। जिसमें ग्रामीण व आंचलिक भाषा के साथ सामान्य पृष्ठभूमि के कंटेट को ज्यादातर प्लेटफॉर्मस ने इस्तेमाल किया है। ओटीटी में आंचलिक भाषाओं का प्रयोग न केवल सकारात्मक रुप से किया गया अपितु काफी जगह नकारात्मक स्वरुप भी प्रदर्शित करता है। जिसका प्रभाव सीधे- सीधे सामाजिक रुप से देखा जा सकता है। उदाहरण के लिए पूर्वांचल की मधुर बोली को मिर्जापुर जैसी वेबसीरिज ने गाली-गलौच से भरपूर व आक्रामक बोली के रुप में लाकर खड़ा कर दिया है। ओटीटी वेब सीरिज में भाषा का स्वरुप इतना मिश्रित रहा कि उनकी क्षेत्रीय पृष्ठभूमि को जान पाना दर्शकों के लिए कठिन रहा है।

सम्बन्धित साहित्य का अवलोकन-

1. Ichowk. In पर प्रकाशित अपने आलेख **“दर्शको की पसंद बना ओटीटी अब उनके कठघरे में भी खड़ा है...”** में वरिष्ठ लेखक, स्वतंत्र पत्रकार, ट्रेवल ब्लॉगर एवं मीडिया प्राध्यपक लोकेंद्र सिंह राजपूत ने भारत में ओटीटी की एतिहासिक यात्रा का विस्तृत वर्णन किया है। उनका मानना रहा है कि असीम संभावनाओं वाले इस माध्यम को भारत में सिनेमा के वर्चस्व को चुनौती देने के लिए खासा परिश्रम करना पड़ा। उनका मत है कि सिनेमा प्रेमियों के बीच जगह बनाने के लिए ओटीटी प्लेटफॉर्म को वैश्विक

त्रासदी कोरोना की प्रतिक्षा करनी पड़ी। इस आलेख में वे न केवल ओटीटी प्लेटफॉर्म पर परोसे जा रहे कंटेट की बारीकी से समीक्षा करते है बल्कि देश में सिनेमा द्वारा वर्षों से स्थापित मानकों को ओटीटी प्लेटफॉर्म द्वारा एक झटके में ध्वस्त किये जाने को सकारात्मक पहल मानते है। लेखक का स्पष्ट विचार है कि ओटीटी युग भारतीय सिनेमा जगत में क्रांतिकारी परिवर्तन लाने में सफल रहा है। वे बताते है कि, " भारतीय आख्यान एवं भारतीय मूल्यों से ओतप्रोत कहानियां रचना शुरु हुआ, जिनकी सम्पूर्ण भारत में स्वागत किया जा रहा है। ऐसे कई कलाकार आज सिनेमा में स्थापित हो गये जिन्हें बॉलीवुड का खास गिरोह कभी उभरने नहीं देता।

2. शोधार्थी मनोज पटेल, राहुल खड़िया और डॉ गजेन्द्र सिंह अवास्या के शोध .'ए स्टडी : ओटीटी व्यूअरशिप इन लॉकडाउन एंड व्यूअरर्स डायनेमिक वॉचिंग एक्सपीरियंस' में मिलते हैंइस शोध के परिणाम बताते हैं कि दर्शकों को गुणवत्तापूर्ण डिजिटल कंटेंट कम . पर उनकी सुविधा के अनुसार मिल रहा है कीमत, इसलिए वे ओटीटी की ओर मुड़ गए हैं. इस शोध पत्र के द्वारा कोविड के दौरान बढ़ती ओटीटी वीडियो स्ट्रीमिंग सेवाओं में दर्शकों की संख्या के प्रभाव का विश्लेषण करने की कोशिश करती है।

3. मजेक डी, 2012. अपने अध्ययन में कहती है कि वेब टेलीविजन, वेबसीरीज और वेबकास्टिंग संगठन में केस स्टडीज और ऑनलाइन उत्पादित टेलीविजन-स्टाइल कंटेंट का वितरण(चाहे एक निर्माता का शो टेलीविजन पर या सिनेमाघरों में प्रसारित किया गया हो। वेब कंटेंट के दायरे में आते ही वो व्यवसायिकता के पैमाने पर फिसड्डी साबित हो जाता है। ये शोध पत्र वेब टेलिविजन, वेब सीरीज और वेब कास्टिंग संगठन में केस स्टडी और ऑनलाइन उत्पादित टेलीविजन शैली की सामग्री के वितरण और उनकी व्यावसायिक पक्ष पर वैज्ञानिक दृष्टि डाली गयी है।

4. महात्मा गाँधी केन्द्रीय विश्वविद्यालय, मोतिहारी के पीएचडी शोधार्थी, कुमार मौसम ने अपने अध्ययन "युवाओं के बीच वेब श्रृंखला के लोकप्रियता का अध्ययन" में यह बताया है कि ओटीटी माध्यम युवाओं के लिए एक बेहतर माध्यम है जो फिल्मों में नाचचाहते हैं। फिल्मों में जब भी गाने और फैमिली ड्रामे से अलग कहानियां देखना-बोल्ड या एडल्ट कंटेट होता है तो प्रोड्यूसर और डायरेक्टर को सेंसर बोर्ड से उलझना पड़ता है। जबकि डिजिटल प्लेटफॉर्म पर सेंसर जैसा कुछ नहीं है। अब इस चीज़ के दो पहलू हैं, पहला पहलू कहता है कि हाँ ठीक है इससे निर्माताओं को एक वैकल्पिक रास्ता तो मिल रहा है जहाँ वे अपनी बात बेबाकी से कह पा रहे हैं तो वही दूसरा पक्ष ये कहता है कि छूट का मतलब ये तो नहीं कि हम कुछ भी दिखाने लग जाए जिससे

हमारी युवा पीढ़ी पर नकारात्मक असर हो। इसलिए बड़े जोरशोर से आज वेब आधारित - सामाग्रियों के लिए सेंसरशिप की चर्चा हो रही है। वेब सीरीज की बढती लोकप्रियता की सस्ते नेट प्लान देने की /बात करें तो इस कड़ी में टेलीकॉम कंपनियों के फ्री इंटरनेट वजह से भी दर्शकों के लिए वेब सीरीज देखना आसान हो गया है।

5. पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, मंदसौर विश्वविद्यालय, मंदसौर के सहायक प्रवक्ता डॉतारकेश्वर राव इप्पिली . एवं मंदसौर विश्वविद्यालय, मंदसौर के शोधार्थी अरुण जैसवाल ने अपने शोध आलेख में यह बताया है कि युवा पीढ़ी, विशेषकर बच्चे और किशोर फिल्मों या सीरियल्स से संवाद, गीत, एक्शन, रहन सहन के तरीके आदि सीखते हैं, और बाद में यह लंबे समय तक उनके दिमाग में रहता है या फिर कभीकभी यह भी - देखने को मिलता है कि बच्चे फिल्मों में दिखाए गए एक्शन और संवाद की कॉपी करते हैं। अब जब वेब सीरीज का चलन तेजी से बढ़ा है और लोगों को कार्यक्रम के चयन व देखने की पूर्ण निजता मिल रही है। ऐसे में इसका समाज और लोगों पर कुछ सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है।

6. सईद मुज्मिल, फरहत हसन (2021) अपने शोध Consumption of Sexually Explicit Content through Web Series and Emerging Adults' Sexual Objectification: An Empirical Study में कहते है कि अधिकतर वेबसीरीज में महिलाओं को एक वस्तु की तरह परोसा गया है और उन कंटेंट में सेक्सुअलिटी अधिक परोसा गया है, जिससे कि दर्शकों को आकर्षित किया जा सके। इस तरह के कंटेंट के मामले में पुरुषों की तुलना में महिलाओं का प्रस्तुतीकरण अधिक किया जाता है। वेबसीरीज के इस तरह के कंटेंट दर्शकों को आकर्षित करने के आलावा, महिला व पुरुष के सेक्सुअल व्यवहार को भी प्रभावित करते हैं।

7. वहीं Singh, Pavitar. (2021) अपने शोध अध्ययन A Comparative Study of Content, Audience and Medium of Web Series and TV Soap Opera में बताते है कि डेली सोप ओपेरा लोगों की बोलचाल की भाषा को प्रभावित करता है। वहीं वेब सीरीज की भाषा टीवी सोप ओपेरा से ज्यादा आपत्तिजनक है। साथ ही वेब सीरीज में टीवी सोप ओपेरा की तुलना में अधिक यौन सामग्री सम्मिलित है। लोग अपने परिवार के साथ टीवी सोप ओपेरा देखना पसंद करते हैं। जबकि दर्शक अकेले वेब सीरीज देखना पसंद करते हैं। ऐसे में इसका प्रभाव उनपर अधिक होता है, क्योंकि मोबाईल, लैपटॉप जैसे उपकरण का प्रयोग वेबसीरीज के लिए अधिकतर किया जाता है, जो निजता क साथ साथ स्वतंत्रता भी देते हैं।

8. फिल्म समीक्षक एवं पत्रकार, विशाल ठाकुर, NEWS 18 इंडिया (अक्टूबर 30, 2022) **को प्रकाशित अपने आलेख में कहते हैं कि** सिनेमा कंटेंट को लेकर अपने मिजाज से इतना परे जाकर, भारतीय दर्शकों की पसंदजल्दी बदलना थोड़ा -नापसंद का इतनी जल्दी- वो भी ऐसे समय में जब एक तरफ वैश्विक स्तर पर हमारी फिल्में .चौंकाता तो है नए बाजार खोज रही हैं तो दूसरी तरफ अपना देसी दर्शक विश्व की -अपने लिए नए अलग भाषाओं में बने कंटेंट रूपी महासागर मे-अलगं गोते लगा रहा हैबात चाहे देश . की हो या विदेश में डंका बजाने की, दुनिया की तमाम भाषाओं के कंटेंट को अपनाने का यह ट्रेंड सिरे चढ़ पाया है तो वो है सबटाइटल्स और डबिंग की मदद से, जिसकी मांग दिनों दिन बढ़ती रही हैअलग-ऐसा लगता है मानो देसी दर्शकों के सामने अलग . भाषाओं के कंटेंट से सजा कोई बड़ा सा दस्तरखान लगा है और उन्हें एकएक करके - .इसके सभी जायके चखने हैं

9. हिंदी सिनेमाओटीटी के गीतकार एवं स्क्रिप्ट राइटर-, दुष्यंत, नवभारत टाइम्स (जनवरी 14, 2023) में लिखे अपने लेख में कहा है कि भाषा दृश्य में हो, चाहे आंगिक या शाब्दिक ओटीटी ने कमोबेश सबको बदला है। हैरानी की बात है कि भारत में ओटीटी - के कंटेंट का विमर्श केवल गालियों बनाम रियलिस्टिक तक सीमित हो जाता है। हालांकि बदलाव कई स्तरों पर महसूस किया जा सकता है। वह ये भी लिखते हैं कि 'भाषा कैसी है, कैसी होनी चाहिए' की बहसें भी निरर्थक ही मानी जाएंगी। भाषा बेशक बहता नीर है, पर बहते पानियों पर हम बांध भी बनाते हैं, नहरें भी निकालते हैं, बिजली भी बनाते हैं, बहते पानियों में जलजले भी आते हैं। बहते पानियों के किनारे सभ्यताएं फूलती हैं, बहते पानियों के सुनामियों से तबहियां भी आती हैं।

10.बालाजी टेलीफिल्म्स प्राइवेट लिमिटेड, 2017-2018 की वार्षिक रिपोर्ट हमें ओटीटी माध्यम के भविष्य को रेखांकित करती नजर आती है।

11.ओटीटी माध्यम में भाषायी परिपेक्ष्य में पाताल लोक, अपहरण, पंचायत, मिर्जापुर, रंगबाज, भोकाल, आर-पार आदि वेब श्रृंखलाओं का समीक्षात्मक अध्ययन किया गया।

<u>शोध प्रविधि-</u>

इस शोध में संबधित साहित्य का गुणात्मक विधि का प्रयोग किया जायेगा। शोध में डाटा क्लेकशन और डाटा विश्लेषण के लिए साक्षात्कार और सर्वे विधि का प्रयोग किया जायेगा। डाटा क्लेकशन हेतु विभिन्न वेबसॉइट, वेबपोर्टल, ई-लाईब्रेरी, विभिन्न समाचार पत्र-पत्रिकाओं

के वेब संस्करणों, यू-ट्यूब, ब्लॉगस आदि की समीक्षा की जाएगी। ताकि शोध के उद्देश्यों को पूरा करते हुए एक वैध, विश्वसनीय और सटीक परिणाम की प्राप्ति की जा सके। डेटा विश्लेषण के लिए एसपीएस सॉफ्टवेयर का प्रयोग किया जायेगा।

शोध अध्ययन के लाभ-

यह शोध भारत में ओटीटी माध्यम के भविष्य को समझने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगा। इस शोध के माध्यम से ओटीटी माध्यम में भाषायी प्रभाव को लेकर स्थिती स्पष्ट होगी। इस शोध के माध्यम से हिन्दी व आंचलिक भाषा के ओटीटी माध्यम में किये जा रहे तकनीकी प्रयोग एवं समाज पर उसके प्रभाव को समझने में यह शोध भविष्य में आने वाले अन्य किसी नवीन मनोरंजन माध्यम में भाषायी प्रभाव को नवीन दृष्टि प्रदान करेगा।

शोध अध्ययन क्षेत्र की सीमाओं का परिसीमन-

1. यह अध्ययन ओटीटी प्लेटफॉर्मस में प्रयुक्त कंटेट तक सीमित होगा।

2. यह अध्ययन में वर्ष 2018 से 2023 तक सीमित होगा।

3. यह अध्ययन ओटीटी माध्यम में भाषायी प्रयोग एवं प्रभावों तक सीमित होगा।

4. इस अध्ययन ओटीटी के सामाजिक प्रभावों का अध्ययन किया जायेगा।

शोध अध्ययन के तदर्थ अध्याय

शोध की रुपरेखा-

1. प्रस्तावना
2. भारत में ओटीटी का इतिहास-विकास
3. ओटीटी से संबंधित साहित्य का अवलोकन
4. ओटीटी में भाषायी प्रयोग
5. ओटीटी में प्रयुक्त भाषा के संबंध में लोगों की राय
6. आँकड़ों का संकलन एवं विश्लेषण
7. ओटीटी में प्रयुक्त भाषा का प्रभाव

8. निष्कर्ष
9. सुझाव
   संदर्भग्रंथ सूची
   परिशिष्ट

संदर्भ ग्रंथ सूची-

1. **https://www.ichowk.in/cinema/ott-platforms-review-of-amazon-prime-video-netflix-disney-hotstar-how-challenging-ott-for-multiplex-icea/story/.26075/1html**

2. **https://www.researchgate.net/publication/343444529_A_Study_OTT_Viewership_in_Lockdown_and_Viewer%27s_Dynamic_Watching_Experience**

3. **https://udayindia.in/impact-of-ott-platforms-on-youth/**

4. **https://hindi.news18.com/blogs/vishal-thakur_1/cinema-language-market-new-tools-in-the-hands-of-the-viewer-ott-platforms-4814331.html**

5. शोध आलेख : मनोरंजक जनमाध्यम के रूप में ओटीटी प्लेटफार्म की स्वीकार्यता में कोरोना-काल की भूमिका /कुमार मौसम व प्रो .प्रशांत कुमार **https://www.apnimaati.com/2022/03/ott.html**

6. मजेक, डी.(2012). वेबटेलीविज़न, वेबसीरीज एंड वेबकास्टिंग, फिल्म वेटेन्सकापलीगा इंस्टीट्यूट /डिपार्टमेंट ऑफ़ सिनेमा स्टडीज) .पेज.2)

7. Analysing the impact of COVID-19 on over the-top media platforms in India, Divya Madnani, Semila Fernandes, Nidhi Madnani, https://www.emerald.com/insight/1742-_7371.htm

8. A Proposed Selection Process in Over-TheTop Project Portfolio Management, Jemy Vestius Confido, Dermawan Wibisono, Yos Sunitiyoso, Journal of Industrial Engineering and Management JIEM, 2018 - 11(3): 371- 389 - Online ISSN: 2013-0953 - Print ISSN: 2013-8423 https://doi.org/10.3926/jiem.2448

9. Factors influencing the shift from traditional TV to OTT platforms in India, Rohit Jacob Jose, International Journal of Advanced Science and Technology Vol. 29, No. 7s, (2020), pp. 4044-4051

10. Dr. Tarun Chauhan Dr. Deepak Sonkar (Author), OTT Platform and Digital Media. Ishaan Arts and Production; 1st edition (1 January 2022)

https://jankriti.com/web-series-ott/

https://hindi.news18.com/blogs/vishal-thakur_1/cinema-language-market-new-tools-in-the-hands-of-the-viewer-ott-platforms-4814331.html